

**PENGELOLAAN BISNIS JASA ANTAR BARANG PADA SKALA
MIKRO DI PURWODADI**



**Disusun sebagai salah satu syarat menyelesaikan Program Studi Strata I pada
Jurusan Pendidikan Akuntansi Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan**

Oleh:

**ABEDNEGO JEREMIA MULTIANTO
A210160027**

**PROGRAM STUDI PENDIDIKAN AKUNTANSI
FAKULTAS KEGURUAN DAN ILMU PENDIDIKAN
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SURAKARTA
2020**

HALAMAN PERSETUJUAN

**PENGELOLAAN BISNIS JASA ANTAR BARANG PADA
SKALA MIKRO DI PURWODADI**

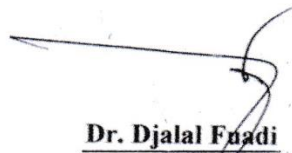
PUBLIKASI ILMIAH

oleh:

ABEDNEGO JEREMIA MULTianto
A210160027

Telah diperiksa dan disetujui untuk diuji oleh:

Dosen Pembimbing



Dr. Djalal Fuadi
NIDN: 0623045801

HALAMAN PENGESAHAN

**PENGELOLAAN BISNIS JASA ANTAR BARANG PADA SKALA
MIKRO DI PURWODADI**

OLEH

ABEDNEGO JEREMIA MULTIANTO

A210160027

Telah Dipertahankan di Depan Dewan Penguji

Pada Hari Selasa, 17 November 2020

Dan dinyatakan telah memenuhi syarat

Susunan Dewan Penguji

1. Dr. Djalal Fuadi, M.M.

(.....)

(Ketua Dewan Penguji)

2. Rochman Hadi Mustofa, S.Pd., M.Pd.

(.....)

(Anggota I Dewan Penguji)

3. Dra. Titik Asmawati, S.E., M.Si.

(.....)

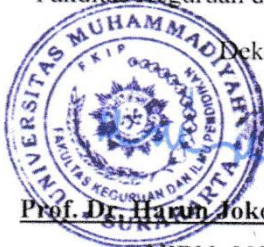
(Anggota II Dewan Penguji)

Surakarta, 17 November 2020

Universitas Muhammadiyah Surakarta

Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan

Dekan,



Prof. Dr. Harun Joko Pravitno, M.Hum.

NIDN. 0028046501

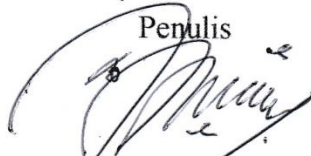
PERNYATAAN

Dengan ini saya menyatakan bahwa dalam publikasi ilmiah ini tidak terdapat karya yang pernah diajukan untuk memperoleh gelar kesarjanaan di suatu perguruan tinggi dan sepanjang pengetahuan saya juga tidak terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis atau diterbitkan orang lain, kecuali secara tertulis diacu dalam naskah dan disebutkan dalam daftar pustaka.

Apabila kelak terbukti ada ketidakbenaran dalam pernyataan saya di atas, maka akan saya pertanggungjawabkan sepenuhnya.

Surakarta, 28 Desember 2020

Penulis



ABEDNEGO JEREMIA MULTANTO

A210160027

PENGELOLAAN BISNIS JASA ANTAR BARANG PADA SKALA MIKRO DI PURWODADI

Abstrak

Tujuan penelitian ini untuk mengetahui sistem perencanaan, pelaksanaan dan pelayanan bisnis jasa antar barang di Purwodadi. Jenis penelitian ini adalah kualitatif *grounded theory* atau teori dasar. Subyek penelitiannya adalah manajemen pengelola, driver dan pelanggan jasa antar barang di Purwodadi. Objek penelitiannya adalah sistem pengelolaan bisnis jasa antar barang pada skala mikro di Purwodadi. Teknik pengumpulan data yang digunakan meliputi: wawancara, observasi dan dokumentasi. Untuk menjamin keabsahan data, peneliti menggunakan triangulasi. Teknik analisis data menggunakan reduksi data, penyajian data, dan kesimpulan. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa sistem pengelolaan dan pelayanan yang diberikan memiliki ketertarikan antara lain: (1) membuka lapangan pekerjaan (2) dapat mensejahterakan rakyat (3) membantu aktifitas masyarakat (4) jasa layanan aplikasi sangat mudah di akses semua orang.

Kata Kunci: Pengelolaan, Perencanaan, Pelayanan

Abstract

The purpose of this study was to determine the system of planning, implementation and service business services between goods in Purwodadi. This type of research is qualitative grounded theory or basic theory. The research subjects are management managers, drivers and service customers between goods in Purwodadi. The object of his research is the service business management system between goods on a micro scale in Purwodadi. Data collection techniques used include: interviews, observation and documentation. To ensure the validity of the data, researchers used triangulation. Data analysis techniques used data reduction, data presentation, and conclusions. The results of this study indicate that the management system and services provided have interests, among others: (1) opening jobs (2) can make the people prosperous (3) helping community activities (4) application services are very easy for everyone to access.

Keyword: Management, Planning, Service

1. PENDAHULUAN

Perkembangan transportasi pada periode sekarang sudah semakin cukup baik, dapat dilihat dari setiap orang mengendarai kendaraan yang bagus namun dibalik itu masih ada beberapa orang lebih memilih angkutan umum daripada menaiki kendaraan pribadi. Transportasi pada umumnya dibuat agar mempermudah aktifitas masyarakat, hal ini diperkuat dengan adanya transportasi online atau berbasis aplikasi agar mudah dijangkau masyarakat luas. Kota Purwodadi termasuk salah satu kota di Grobogan

yang menggunakan transportasi berbasis aplikasi. Penduduk di kota Purwodadi memiliki jumlah tiap tahun selalu bertambah, dengan hal ini bisa menjamin bisnis jasa layanan antar barang bisa berjalan tepat pada target pasarnya. Menurut Miro (2012: 11) transportasi dapat diartikan usaha memindahkan, menggerakkan, mengangkut, atau mengalihkan suatu objek dari suatu tempat ke tempat lain, dimana ditempat lain ini objek tersebut lebih bermanfaat atau dapat berguna untuk tujuan-tujuan tertentu.

Transportasi mempunyai peran strategis dalam menunjang pertumbuhan perekonomian. Keberadaan transportasi akan berdampak pada kualitas hidup, baik di bidang ekonomi, sosial budaya, politik serta keamanan. Salah satu tujuan dari Transportasi adalah menyediakan pergerakan (Movement) barang dan manusia dari satu tempat ke tempat yang lain dengan selamat dan efisien, serta meminimalisir dampak- dampak negatif terhadap lingkungan. Transportasi dilakukan karena adanya keterbatasan kemampuan suatu wilayah dalam memenuhi kebutuhan masyarakat, sehingga melalui transportasi ada suatu nilai yang diciptakan (*Value Creation*) dari tempat asal menuju ke tempat tujuannya. Di sisi bisnis, Transportasi merupakan komponen dari penetapan harga, dengan efektifitas sistem transportasi akan meningkatkan daya saing perusahaan. Penyediaan ini meliputi berbagai macam kebutuhan seperti: antar naskah, antar makan, dan lain lain.

Ortuzar dan Willumsen (2011: 12), perjalanan didefinisikan sebagai suatu pergerakan satu arah dari titik asal ke titik tujuan. Biasanya diutamakan pada pergerakan yang menggunakan moda kendaraan bermotor. Jasa merupakan pemberian suatu kinerja atau tindakan kasat mata dan satu pihak kepada pihak lain. Pengertian tersebut merupakan pengertian umum dari jasa. Pengertian luas dari jasa yaitu kegiatan yang dapat diidentifikasi, dengan sifat tidak dapat diraba, yang direncanakan sebagai pemenuhan kepuasan dari konsumen. Dalam kegiatan sehari-hari jasa tidak terlepas dari manusia, sebagai contoh kita membutuhkan baju sebagai pakaian yang kita kenakan dalam sehari, untuk mendapatkan sebuah baju kita membutuhkan seorang penjual baju yang memberikan jasa pelayan maupun jasa dari seorang penjahit, dan banyak contoh lainnya dalam kehidupan kita.

Rahardjo Adisasmita (2011: 3), Peningkatan pendapatan perkapita dan pertumbuhan pembangunan adalah merupakan sasaran pembangunan, dengan demikian fungsi transportasi terhadap perkembangan ekonomi dan kesejahteraan serta pertumbuhan pembangunan sangat positif dan menentukan. Fungsi transportasi dikatakan sebagai “sektor pemberi jasa. Indonesia telah mengalami transformasi termasuk dalam bidang transportasi. Kota Purwodadi merupakan kota kecil yang terletak di Jawa Tengah, Kabupaten Grobogan dimana perkembangan transportasi yang begitu rendah. Transportasi yang disediakan tidak menjadi solusi terhadap masyarakat, transportasi online muncul sebagai solusi yang tepat dengan service yang dapat melayani masyarakat secara langsung. Kemudian masyarakat menggunakan smartphone membuat beberapa perusahaan memanfaatkan peluang ini untuk mengembangkan transportasi berbasis aplikasi online di Purwodadi.

Menurut Hamidi dan Luthfi (2010: 153), “Pengelolaan didefinisikan sebagai bekerja dengan orang-orang secara pribadi dan berkelompok untuk mencapai tujuan organisasional atau lembaga”. Menurut George R Terry Leslie W Mengungkapkan tentang manajemen bahwa manajemen pada dasarnya suatu proses atau kerangka kerja, yang melibatkan bimbingan atau pengarahan suatu kelompok orang-orang kearah tujuan-tujuan organisasional atau maksud-maksud yang nyata. Manajemen mempunyai tujuan tertentu dan tidak dapat diraba. Ia berusaha untuk mencapai hasil-hasil tertentu, yang hal-hal yang nyata. Usaha-usaha kelompok itu memberi sumbangannya kepada pencapaian-pencapaian khusus itu.

Menurut Kotler dalam Lupiyoadi (2014: 7) Jasa adalah setiap tindakan atau kegiatan yang dapat ditawarkan oleh satu pihak kepada pihak lain, pada dasarnya tidak berwujud dan tidak mengakibatkan perpindahan kepemilikan apapun. Produksi jasa mungkin berkaitan dengan produk fisik atau tidak. Dalam hal ini yang dikatakan strategi apabila pengelola mampu mengoptimalkan pekerjaan, jasa, cakupan, kendala kerja, hingga menjamin jasa usaha tersebut berkualitas dapat dipercaya dan tidak menciptakan suatu hal yang akan merugikan pelanggan. Strategi yang harus dimiliki penyedia jasa dimulai dari perencanaan awal atau target yang akan dicapai, pelaksanaan yang sesuai dengan permintaan pelanggan dan pencapaian atau hasil yang didapat agar tetap mempunyai kualitas pelayanan.

Tjiptono F (2011: 3) memberikan pelayanan terbaik untuk konsumen menjadi tolak ukur keberhasilan sebuah perusahaan. Perusahaan yang berhasil memasarkan produk/jasanya kepada konsumen dengan pelayanan yang memuaskan mendapatkan brand yang baik di mata konsumen. Pelayanan yang dimaksud termasuk dari pelayanan sewaktu menawarkan produk/jasa, pelayanan ketika memberikan jasa, pelayanan atas resiko yang terjadi saat memberikan jasa dan pelayanan lain sebagainya. Suatu perusahaan yang mampu memberikan pelayanan yang baik kepada pelanggan akan membuat citra positif bagi perusahaan. Pelayanan yang baik mendorong minat pelanggan untuk menggunakan kembali jasa tersebut sehingga tercipta loyalitas. Perusahaan yang menjual jasa berarti menjual produknya dalam bentuk kepercayaan. Menurut Tjiptono (2014), dalam memberikan kepuasan kepada konsumen harus dilakukan secara cermat, sehingga akan memberikan suasana yang dapat merangsang para pemakai jasa untuk terus menggunakan jasa yang diperlukan perusahaan, maka perusahaan perlu memberikan nilai tambahan untuk peningkatan pelayanan

Pengelolaan merupakan proses memberikan pengawasan pada semua hal yang terlibat dalam pelaksanaan kebijaksanaan dan pencapaian tujuan tertentu. Jadi pengelolaan merupakan ilmu manajemen yang berhubungan dengan proses mengurus dan menangani sesuatu untuk mewujudkan tujuan tertentu yang ingin dicapai. Pengelolaan menurut Rokhmin Dahuri dalam (Yulianan Subekti, 2011) adalah suatu rangkaian pekerjaan atau usaha yang dilakukan oleh sekelompok orang untuk melakukan serangkaian kerja dalam mencapai tujuan tertentu. Sedangkan menurut Hanif suatu bentuk kegiatan yang didalamnya terdapat perencanaan, pengorganisasian, penggerakan dan pengawasan dalam mencapai tujuan tertentu sesuai dengan tujuan yang diinginkan.

Usaha mikro merupakan usaha produktif milik orang perorangan dan/atau badan usaha perorangan yang memenuhi kriteria usaha mikro sebagaimana diatur dalam undang-undang. Kriteria aset maksimal 50 juta, kriteria omzet maksimal 300 juta. Menurut Tulus Tambunan (2012: 12) Usaha Mikro adalah kegiatan ekonomi rakyat berskala kecil dan bersifat tradisional dan informal dalam arti belum terdaftar,

belum tercatat, dan belum berbadan hukum. Hasil penjualan tahunan bisnis tersebut paling banyak Rp 100.000.000,00 dan milik Warga Negara Indonesia.

Pelayanan ialah proses pemenuhan kebutuhan aktivitas orang lain secara langsung. Sedangkan pengertian pelayanan dalam Kamus Umum Bahasa Indonesia, pelayanan adalah menolong menyediakan segala apa yang diperlukan orang lain. Menurut Tjiptono (2012), kualitas pelayanan adalah tingkat keunggulan yang diharapkan dan pengendalian atas tingkat keunggulan tersebut untuk memenuhi keinginan pelanggan. Dengan kata lain ada dua faktor utama mempengaruhi kualitas jasa, yaitu *expected service* dan *perceived service* atau kualitas jasa yang diterapkan dan kualitas jasa yang diterima atau dirasakan. Apabila jasa yang diterima atau dirasakan sesuai dengan yang diharapkan, maka kualitas jasa dipersepsikan baik dan memuaskan.

2. METODE

Penelitian ini merupakan jenis penelitian kualitatif *grounded theory* atau teori dasar kualitatif. Penelitian ini diperoleh dari berbagai sumber dengan menggunakan teknik pengumpulan data yang bermacam-macam (triangulasi), dan dilakukan secara terus menerus (Harsono, 2019). Dalam penelitian ini menggunakan desain *grounded theory*. Subjek dari penelitian ini adalah pengelola, driver dan pelanggan jasa antar barang di Purwodadi. Teknik pengumpulan data yang digunakan melalui observasi, wawancara dan dokumentasi. Untuk menjamin keabsahan data yang digunakan yaitu melalui tahapan-tahapan reduksi data, penyajian data, dan kesimpulan.

Penelitian ini dilakukan di seputar kota Purwodadi. Waktu penelitian dilakukan pada bulan Agustus sampai bulan Oktober. Peneliti memilih lokasi penelitian ini dikarenakan kota Purwodadi tempat lahir peneliti sehingga memudahkan untuk mengambil obyek dan mendapatkan info tentang jasa antar barang di Purwodadi, adapun secara garis besar belum ada penelitian terdahulu yang melakukan penelitian ini.

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

Dari hasil penelitian yang sudah dilakukan oleh peneliti mengenai pengelolaan bisnis jasa antar barang pada skala mikro di Purwodadi, berikut hasil penelitian:

3.1 Proses perencanaan suatu bisnis agar berjalan dengan baik

Perencanaan merupakan faktor terpenting sebelum memulai atau menjalankan sebuah bisnis agar bisnis berjalan dengan baik, dari hasil wawancara kepada pihak pengelola diperoleh informasi sebagai berikut, *“Sebagai manajemen harus bisa menyusun perencanaan yang baik, proses perencanaan yang baik itu dimulai dari menentukan visi dan misi terlebih dahulu yang kedua strategi dalam menjalankan bisnis yang ketiga sumber daya manusia, visi dari bisnis jasa antar barang di Purwodadi yaitu untuk membuka lapangan pekerjaan bagi masyarakat yang belum mendapat pekerjaan, mensejahterakan masyarakat yang ikut bergabung menjadi driver, mempermudah masyarakat dalam menjalankan aktifitas, adapun misinya sendiri yaitu memberikan layanan terbaik yang sangat mudah diakses oleh orang banyak”*.

3.2 Target Penetapan Pasar

Target pasar merupakan suatu kelompok konsumen yang menjadi sasaran pendekatan perusahaan untuk membeli produk yang dijual atau yang menggunakan jasa. Singkatnya target pasar ialah sekelompok yang akan dilayani sebagai konsumen biasanya mempunyai rentan umur, sifat dan karakter yang sama. Dari pertanyaan yang sudah diberikan kepada narasumber, pihak manajemen menyatakan bahwa, *“Dalam menentukan target pasar dapat dilihat dari produk apa yang kita jual, misalnya bisnis jasa antar barang ini kami dapat mempromosikannya lewat sosial media berupa Facebook, Instagram, dan Whatsaapp. Untuk target lokasinya yaitu kota-kota dengan kepadatan penduduk cukup banyak dan yang belum terdapat sistem dari layanan jasa antar barang ini contohnya kota Purwodadi. Untuk target demografi pelanggan kami lihat bagaimana masyarakat dalam menggunakan smartphone nya dan kebanyakan masyarakat yang kos dari luar kota Purwodadi, tentu juga ibu rumah tangga, karakteristik ini dapat dilihat dari mereka yang terbiasa menggunakan internet dan sosial media. Tentu juga dengan biaya ongkir*

yang sangat murah hanya Rp. 7.000 radius 2km didalam kota membuat pelanggan tergiur dengan harga murah.”.

3.3 Pelaksanaan bisnis jasa antar barang di Purwodadi

Pelaksanaan ini diambil dari hasil wawancara kepada driver mengenai kegiatannya selama bekerja berikut jawaban dari masing-masing driver dari pertanyaan yang peneliti buat. Hasil ini diperoleh dari jawaban manajemen bahwa jasa layanan ini bisa mensejahterakan rakyat. Wawancara ini dilakukan sudah mendapat ijin dari driver mengenai kegiatan peneliti untuk mendapatkan info seputar driver jasa antar barang di Purwodadi dan dilaksanakan pada jam istirahat sehingga tidak mengganggu pekerjaan mereka. Narasumber yang dijadikan obyek penelitian pada penelitian ini sebanyak 2 orang driver dengan latar belakang sesuai indikator yang ditentukan. Jasa antar barang akan bermanfaat apabila pendapatan yang diterima oleh driver lebih besar dari pada pendapatan pada pekerjaan sebelumnya dan dijelaskan pendapatan sebelum bergabung dalam pekerjaan ini dan sesudah bergabung dengan pekerjaan ini. Berikut pernyataan dari Khoirul Hidayat, *“Pada awalnya saya diajak teman untuk bergabung bekerja sebagai driver pada tahun 2017, sebelumnya belum mendapat pekerjaan yang cukup untuk kebutuhan sehari hari sehingga kesana kesini cari pekerjaan sulit sekali, karena pekerjaan ini syaratnya sangat mudah hanya butuh Hp dan kendaraan, pendapatanya juga sangat menguntungkan per hari saja bisa antara seratus ribu sampai seratus sepuluh ribu bersih tanpa dipotong bensin, dengan begitu bisa memenuhi kebutuhan sehari hari dan sisanya bisa ditabung, kerja saya senin sampai sabtu hari minggu libur saya fokuskan untuk pekerjaan utama dulu”.*

Dari data primer hasil wawancara salah satu driver diketahui bahwa Khoirul mulai bergabung menjadi driver jasa antar barang sejak awal 2017, awalnya dia tidak mendapatkan penghasilan dikarenakan tidak bekerja setelah bergabung menjadi driver jasa antar barang pendapatannya per hari mencapai Rp. 100.000 jika diakumulasi perbulanya bisa mencapai Rp.2.600.000 dipotong hari minggu dia libur, sehingga dapat diketahui selisih pendapatan sebelum dan setelah bergabung menjadi driver jasa antar barang sebesar Rp. 2.600.000.

Tabel 1. Pendapatan Driver Sebelum dan Setelah Menjadi Driver

Sebelum	Setelah	Selisih Pendapatan
Rp. 0,-	Rp. 2.600.000	Rp. 2.600.000

Dari hasil wawancara oleh dua sampel mengenai berapa lama bekerja menjadi driver, berikut kesimpulan dari sepuluh driver yang sudah di wawancara adapun ke sepuluh driver akan dijelaskan secara rinci berdasarkan pekerjaan sebelumnya, pendapatan sebelumnya dan pendapatan saat ini setelah bergabung menjadi *Driver*, berikut daftar pendapatan dalam satu hari:

Tabel 2. Pendapatan Driver Jasa Antar Barang/Hari

No	Nama	Pekerjaan Sebelumnya	Pendapatan Sebelum Menjadi Driver	Pendapatan Sesudah Menjadi Driver
1	Khoirul H	Tidak Bekerja	Rp. 0,-	Rp. 100.000
2	Feri S	Pramusaji R.M	Rp. 35.000	Rp. 100.000
3	Tri S	Kuli Bangunan	Rp. 80.000	Rp. 140.000
4	Koliq	Pramusaji R.M	Rp. 35.000	Rp. 120.000
5	Edy S	Pramusaji R.M	Rp. 35.000	Rp. 115.000
6	Wahyu Nur	Pramusaji R.M	Rp. 35.000	Rp. 125.000
7	Eko Y	Jaga Parkir	Rp. 85.000	Rp. 120.000
8	Solikin	Bengkel	Rp. 100.000	Rp. 130.000
9	Vamberrino	Tidak Bekerja	Rp. 0,-	Rp. 145.000
10	Endra Wahyu	Karyawan	Rp. 100.000	Rp. 145.000

3.4 Pelayanan yang baik agar pelanggan tertarik oleh bisnisnya

Hasil pengamatan dan informasi yang diperoleh dari narasumber menunjukkan bahwa jasa antar barang di Purwodadi memiliki pelayanan yang cukup bagus dan bisa memenuhi kebutuhan sehari-hari masyarakat dalam menggunakan jasa antar barang. Hal ini sesuai dengan pernyataan pihak manajemen sebagai berikut *“Untuk pekerjaan yang mengandalkan jasa maka dalam memberikan pelayanan yang baik yaitu menjaga etika, memberikan perhatian dan senyuman, selalu tepat waktu, menjaga kejujuran, menjaga dan memperbaiki penampilan, tanggung jawab yang kuat, dan tentunya juga membuat diskon menarik di sosial media agar pelanggan tergiur dengan diskon yang diberikan. Dari etika sendiri bisa berupa komunikasi yang sopan kepada pelanggan, perhatian dalam arti memberikan intruksi bahwa barang yang dibawa harus sesuai prosedur keamanan, selalu tepat waktu dalam arti ketika pelanggan melakukan transaksi pesan order respon dari driver harus cepat.”*

Pelayanan yang diberikan kepada pelanggan merupakan hal yang sangat penting oleh karena itu harus bisa mempromosikan produk secara baik dan benar. Sebuah bisnis tentunya memerlukan promosi sebagai media marketingnya, tanpa strategi *marketing*, bisnis tidak akan dikenal oleh pelanggan. Selain untuk pengenalan produk *marketing* juga berguna sebagai media penguat *brand* sebuah bisnis. Saat ini, *marketing* dan promosi telah menjadi sebuah keharusan bagi pelaku bisnis agar usahanya berkembang. Cara *marketing* dan promosi kini tidak hanya dilakukan secara *face to face* atau *offline marketing*. Hampir semua bisnis mulai menggunakan media promosi online sebagai media marketingnya. Tidak hanya dengan promosi saja pelanggan akan tertarik jika komunikasi dengan pelanggan bisa menjadi masukan akan produk yang dijual.

3.5 Tanggapan pelanggan mengenai pelayanan bisnis jasa antar barang di kota Purwodadi ini

Banyak bisnis retail, terutama skala kecil kerap mengabaikan pelayanan yang mereka berikan kepada pelanggan, retail tidak menempatkan layanan pelanggan pada posisi atas dan ini merupakan kesalahan besar. Pelayanan terhadap pelanggan yang buruk dapat menghambat kelancaran bisnis anda karena pelayanan terhadap pelanggan tidak hanya penting namun begitu vital bagi bisnis retail. Peneliti menemukan hasil

dari penelitian wawancara kepada dua pelanggan bahwa tanggapan dari narasumber sebagai pelanggan dapat dilihat kalau kinerja yang diberikan oleh jasa antar barang ini cukup bagus dan bisa menarik pelanggan baru dari memberitahu pelanggan lainnya berikut pernyataan oleh Rita Yulia Anggraini sebagai pelanggan *"Saya mulai menggunakan jasa ini pada akhir tahun 2019, waktu itu saya diberitahu tetangga kalau ada jasa layanan antar barang murah untuk ongkos kirimnya Rp. 7.000 saja cukup buat saya, disamping itu saya juga banyak yang kenal drivernya, komunikasi yang diberikan juga ramah dan sopan, dari hasil kerjanya sesuai dengan apa yang saya harapkan."*

4. PENUTUP

Berdasarkan dari hasil analisis data dan pembahasan yang sudah dijelaskan oleh peneliti, maka dapat diambil kesimpulan bahwa sistem pengelolaan bisnis jasa antar barang tak hanya dari perencanaan bahkan untuk mensejahterakan driver juga perlu, terbukti dari hasil wawancara bersama driver pendapatan yang ia terima cukup menguntungkan. Tanggapan dari pelanggan juga sangat menarik bahkan mereka sangat membutuhkan jasa ini dikala sibuk beraktifitas atau mungkin saat mereka lagi butuh sekali, dengan biaya yang sangat murah sangat bisa dijangkau semua orang.

DAFTAR PUSTAKA

- Adisasmita, Rahardjo. (2011). *Pengelolaan Pendapatan dan Anggaran Daerah*. Penerbit Graha Ilmu, Yogyakarta.
- Harsono. (2019). *Etnohografi Pendidikan: Suatu Desain Penelitian Kualitatif*. Sukoharjo: *Gumpang Agung III*
- Hamidi, Lutfi. (2010). *Antara Realitas Politik dan Implementasi Hukumnya*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.
- Lupiyoadi, R. (2018). *Manajemen Pemasaran Jasa: Berbasis Kompetensi*; Edisi 3. Universitas Indonesia.
- Miro, F. (2011). *Perencanaan Transportasi: Untuk Mahasiswa, Perencana dan Praktisi*. Jakarta. Erlangga.

- Moleong, L.J. (2011). *Metodologi Penelitian Kualitatif* (Edisi Revisi). Bandung: PT Remaja Rosdakarya
- Ortuzar dan Willumsen (2011: 12) *Departmen of Transport Engineering and Logistic*. Santiago
- Tambunan, Tulus. 2012, Usaha Mikro Kecil dan Menengah di Indonesia: *Isu-Isu Penting*. LP3ES.
- Tjiptono F, & Chandra G. (2011). *Service, Quality, & Satisfaction* (3 ed.) Yogyakarta: Andi Publisher
- Tjiptono Fandy. (2016). *Ilmu Pemasaran*. Yogyakarta. Penerbit Andi.
- Yuliana Subekti, (2011). “*Pengelolaan Retribusi Terminal Untuk Meningkatkan Realisasi Penerimaan Retribusi Terminal di Kabupaten Lampung*”. Skripsi Universitas Lampung.